



Dans le cadre de la mise à disposition de la plate-forme tosend auprès de ses clients, Evoluciel a mis en place une charte de « bonne conduite » pour utiliser au mieux cet outil dans le respect de la CNIL et des internautes.

- Les pratiques d'emailing non autorisées et notamment le SPAM sont interdites sur tosend:
 - La récolte puis l'exploitation d'adresses emails captées sur les espaces publics d'internet (sites web, annuaires, sites communautaires, forums, blogs, etc.) ne sont pas autorisées
 - L'utilisation d'adresses email non opt-in, c'est à dire recueillies sans le consentement de l'internaute est prohibée. Si vous utilisez un fichier d'emails loué ou acheté, vérifiez avant toute utilisation que les adresses ont effectivement été collectées avec le consentement de l'internaute.
- Les bases d'emails à prix discount sont déconseillées. Outre le fait que certaines bases sont une capture illégale d'emails sur le net par des entreprises peu scrupuleuses, elles sont le plus souvent vendues à des centaines ou des milliers d'exemplaires. Les contacts sont alors sur-prospectés et signalent d'emblée vos messages comme SPAM (au mieux) ou portent plainte. Utiliser ce type de base génère très rarement du chiffre d'affaires (c'est souvent proche de zéro) et comporte plutôt des désagréments : être perçu comme spammeur, risque de backlistage de votre site, réclamations...
- Tout message envoyé doit comporter une procédure de désinscription simple, claire et en bon fonctionnement. Le retrait de l'adresse email de la liste de diffusion doit se faire dans des délais les plus courts possible. Tosend vérifie avant chaque envoi d'une campagne que le lien de désinscription est présent, sans cela, la campagne est bloquée pour éviter tout risque d'erreur. Par ailleurs, vous devez également indiquer dans chaque message votre identité.

**Nous mettons à votre disposition un guide « best practices e-mailing ».
Il vous donne les points clés à appliquer pour réussir vos campagnes e-mailing.**

- Le ciblage doit être utilisé au maximum, ainsi que l'adéquation cible / produit. On constate aujourd'hui que l'envoi en masse non ciblé provoque une réaction hostile de la part des internautes. Ces derniers, en déclarant plus vite votre message en courrier indésirable, rendent le taux de délivrabilité très faible. Contrairement à ce que l'on pourrait croire, le chiffre d'affaires généré sur une campagne en masse est inférieur à celui d'une campagne ciblée.
- Faites attention à la pression commerciale : ne sollicitez pas vos contacts trop souvent au risque de les lasser et d'être déclaré comme spam notamment en ce qui concerne l'envoi de campagne commerciale. L'envoi de bulletin d'information peut se faire jusqu'à une fois toutes les semaines alors que les offres commerciales ne doivent pas dépasser un envoi tous les 15 jours.

Ces règles permettent de respecter au mieux les internautes tout en exploitant la facilité de l'emailing. Nous vous invitons à nous contacter en cas de doute sur l'origine d'un fichier d'emails ou pour toute autre question relative à ce sujet.

Fait à : Le :

Signature : (précédée de la mention « Lu et approuvé »)